

# 2018-2024年中国商旅行业市场全景评估及发展趋势预测研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国商旅行业市场全景评估及发展趋势预测研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201806/653991.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

公开数据显示，我国网民规模于2016年已达7.31亿，普及率达到53.2%，增长率为6.3%；移动网民规模达6.95亿，增长率12.1%。网民增长速度趋向平稳，由于人口红利带来的流量红利开始逐步消退，在此背景下，携程、途牛等核心企业纷纷设置体验中心和门店，布局线下。

国内差旅市场集中度远低于国外发达国家，行业排名前七名的集中度CR7为18%。

当前在线旅游渗透率约为12.8%，同时线上格局已趋向稳定，相对于线上而言，线下格局仍有非常大的市场空间，同时由于市场分散，市场格局未定。因此各大OTA纷纷布局线下，将线下门店拓展至三四线城市。随着各大OTA布局设施O2O战略，线上的战火引至线下，OTA之间的竞争、OTA同传统旅行社之间的竞争将加剧。

2009-2019年中国在线旅游市场交易规模

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国商旅行业市场全景评估及发展趋势预测研究报告》共七章。首先介绍了商旅相关概念及发展环境，接着分析了中国商旅规模及消费需求，然后对中国商旅市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国商旅面临的机遇及发展前景。若您想对中国商旅有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 差旅行业概述

第一节 差旅行业概念

一、商务旅游的概念

二、商务旅游的特点

三、商务旅游和休闲旅游的关系

第二节 发展历史

第二章 2018年全球差旅行业市场管理现状分析

第一节 2018年全球差旅行业市场发展概况

第二节 2018年世界代表商旅管理企业市场发展情况分析

一、美国运通

二、CWT

三、BCDTravel

#### 四、德国国翔商务旅行公司

#### 第三节2018年世界差旅行业市场发展趋势分析

#### 第三章2018年中国差旅行业发展环境分析

#### 第一节2018年中国经济环境分析

##### 一、宏观经济

##### 二、工业形势

##### 三、固定资产投资

#### 第二节2018年中国差旅行业发展政策环境分析

##### 一、行业政策影响分析

##### 二、相关行业标准分析

#### 第四章2018年中国差旅行业市场管理现状分析

#### 第一节中国差旅行业市场细分及特点

##### 一、一般商务旅游市场

##### 二、政务旅游市场

##### 三、学术旅游市场

##### 四、其它商务旅游市场

#### 第二节中国差旅行业市场管理现状

##### 一、差旅行业发展现状

##### 二、差旅行业面临的问题

#### 第三节我国差旅行业主要企业市场发展情况分析

##### 一、携程商旅

##### 二、畅翔科技集团

##### 三、上海锦江国际旅游股份有限公司

##### 四、罗森康辉国际旅行社

#### 第四节中国差旅业与发达国家的差距

#### 第五章2018年中国差旅行业市场动态分析

#### 第一节差旅行业市场需求分析

##### 一、商务旅游需求要素分析

##### 二、中国商务旅游的二元市场

##### 三、中国商务旅游市场细分

#### 第二节商务旅游供给分析

##### 一、商务旅行

##### 二、会议服务

##### 三、会展服务供给

##### 四、奖励旅游服务供给

## 五、企业拓展培训

### 第三节我国差旅行业的SWOT分析及战略选择

#### 一、SWOT分析

#### 二、战略选择

### 第四节中国商务旅游市场竞争现状分析

#### 一、商务旅游单项服务市场竞争现状

#### 二、差旅费管理市场竞争现状

## 第六章进入中国商务旅游市场的切入点和盈利模式分析(ZYZF)

### 第一节关于中国商务旅游市场的专家点评——小安观点

#### 一、小商小贩也有商务旅行活动

#### 二、商旅服务外包是大趋势

#### 三、外资示范效应将产生连动

#### 四、高端服务模式并非高不可攀

#### 五、政府差旅服务市场近在眼前

### 第二节中国旅游企业进入商务旅游市场的关键节点

#### 一、切入点——目前掌握的企业是单位客户

#### 二、从服务到管理——客户差旅支出的分析

#### 三、适当的金融工具——差旅费管理服务的支付手段

#### 四、高素质的服务团队——差旅费管理服务实现的人力保证

#### 五、商务旅游服务联盟——商旅服务物理网络的快速建立

#### 六、差旅服务管理软件——和国际接轨的技术保证

### 第三节商务旅游恰当的盈利模式

#### 一、资源批发型

#### 二、终端制胜型

#### 三、业务领先型

## 第七章2018-2024年中国差旅行业行业发展前景预测分析

### 第一节2018-2024年中国差旅行业发展预测分析

#### 一、未来差旅行业发展分析

#### 二、未来差旅行业发展方向

### 第二节2018-2024年中国差旅行业市场前景分析

#### 一、产品差异化是企业发展的方向

#### 二、渠道重心下沉(ZYZF)

### 图表目录：

#### 图.差旅管理概念

#### 图.差旅阶段性管理示意图

图.差旅数据管理示意图

图.差旅报告管理示意图

图.差旅整体解决方案示意图

图.集中管理示意图

图.畅翔提供服务以便捷化为宗旨

图.预订流程及结算图例

图.奖励旅游服务供给模型图

图.企业拓展培训服务供给模型

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201806/653991.html>